



EFEITO PATÊMICO, MULTISSEMIOSE E LEITURA: UMA PROPOSTA EM TORNO DE UMA PUBLICIDADE EM VÍDEO

Autoria: Nadja Pattresi de Souza e Silva - - -

Resumo: Em consonância com o postulado de que o sentido se constrói na relação entre fatores internos e externos ao ato de linguagem, como orientam os pressupostos da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, principal aporte teórico desta proposta, o trabalho visa à análise de uma campanha publicitária institucional da Folha de S. Paulo, lançada em 2013 e veiculada num vídeo de curta duração, com o slogan #sigaafolha. O objetivo central é verificar de que modo, com base na associação entre mecanismos verbais e não verbais, o pathos ? conceito relacionado com a emergência de efeitos emocionais no/pelo discurso que se fundamentam em certas estratégias ? é mobilizado pela construção da (auto)imagem do jornal em íntima associação com a do público-alvo forjada no vídeo em foco, a fim de captar e fidelizar determinado grupo de leitores. Pela natureza do corpus, recorre-se, ainda, a estudos semióticos sobre a imagem em geral e sobre a imagem cinética em particular, uma vez que se torna relevante observar como certos recursos visuais e sonoros do vídeo da campanha constroem e reforçam, por exemplo, o empreendimento de conquistar o público em potencial do jornal, o que se relaciona com a esfera patêmica do discurso. Para contemplar, em alguma medida, a dimensão didática que pode ser explorada em torno do corpus, sugerem-se, também, algumas atividades de leitura em sintonia com a análise desenvolvida. Observando-se as orientações dos documentos que, atualmente, norteiam o ensino no país, como a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), parte-se do pressuposto de que se deve, cada vez mais, desenvolver o letramento multissemiótico nas aulas de língua portuguesa, com vista a possibilitar a formação de leitores mais competentes e atentos aos variados textos que circulam, de forma ampla, na esfera midiática e com os quais temos contato frequentemente. PALAVRAS-CHAVE: Semiolinguística; pathos; publicidade; multissemiose; leitura.